媒介技术视野下 VR 新闻生产与传播的实践探究

摘 要：2016 年的两会期间，新华社使用了 VR 技术，宏大庄重的两会现场被其展现得精彩夺目。自此以后，VR 技术便渐渐走进我国新闻报道中。新闻行业的人员密切关注着它在新闻生产与发展中的运用。然而，其在新闻的生产与传播中存在一定的问题，如相关技术人员较少、成本较高、资费过高、仪器管理不当等。为清楚了解 VR 技术在新闻生产与传播中的问题，对其进行分析并提出一定的解决方案。本文就 VR 技术对新闻生产与传播的意义及目前其发展的状况与未来的前景进行了分析，对 VR 技术存在的不足提出相应的解决方案。

关键词 : VR 技术；媒介技术；新闻生产与传播
中图分类号：G210 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）11-104-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.11.033

文 / 岳恩多

20 世纪 VR 技术就已经诞生，由于当时没有相关的理论研究与成套的设备作为支撑，VR 技术没有得到很好的利用。VR 最早出现于科幻小说中，曾有研究者认为，VR 源头来自于 20 世纪 20 年代的飞行模拟器。VR 产业最早从美苏的军事竞赛开始，而后被民用所利用。VR 新闻依赖于 VR 技术发展的较快，由于其存在一定的新颖性，能够在新闻报道领域绽放耀眼的光芒，能够给新闻界带来一定的前景，国外的某些媒体已经开始运用该技术于新闻报道中，比如《华尔街日报》的 VR “过山车”、BBC 的 360° 视频报道等。对于国内的新闻，无论是 2015 年《人民日报》制作的“9.3 大阅兵”VR 全景视频，还是而后出现的体坛人物颁奖典礼，以及“十九大”，均将 VR 新闻带入到公众视野中。因此，VR 新闻成为媒介技术视野下的亮丽风景线。

1.VR 技术的相关概念

VR 一词来源于英语 Virtual Reality，该词的中文译为虚拟技术。该技术是采用计算机技术将三维空间模拟成一个虚拟世界，并利用电脑对其进行复杂的操作，通过运算为用户提供视觉及其他感官的模拟，让用户身临其境，并无界限的对三维空间内的事物进行观察。三维空间的能够跟随着用户的移动位置进行移动，并且用户丝毫没有感觉。该技术的组成成分分别是计算机图形、计算机仿真模拟、人工智能、感应器、互联网等。也正是因为成分间的分工协作，才能够将虚拟现实的高技术系统成为仿真技术的重要方向。沉浸、交互、构想是虚拟现实系统的三个基本特征，它强调了虚拟系统中人的主导地位。

2.VR 技术在我国新闻领域的生产与传播现状

随着 VR 技术在国外的盛行，我国的新闻界也将其运用到新闻的生产与传播中。许多媒体也对其进行了相关的尝试。在电视台方面，除了电视台大头 CCTV，湖南卫视、北京卫视等都与 VR 内容团队进行了密切的合作。官方媒体如人民日报社与新华社也对 VR 技术进行了尝试。以财新传媒为代表的非官方媒体都已制作了以 VR 技术为主的多部新闻与纪录片。除此之外，新浪、百度等网页也曾利用VR技术展现全景视频。以《南方周末》为例，其在 2016 年所推出的跑步 VR 纪录片主要以全景摄像头的方式对 5 位跑步爱好者在跑步中的点滴进行记录。让感兴趣的观看者在手机上便可直接观看，而拍摄点主要是一些著名的景点，让观看者身临其境。除此之外，“十九大”期间，多家媒体也利用了该技术对现场进行全方位报道，将十九大的盛况完美地展现在亿万人民面前。其中以南京市委网信办、南京日报社联合推出的全媒体新征程-“聚焦十九大南京市全媒体专题”也运用了 VR 全景。[1] 但值得深思的是，若想制造成与欧美等强国一样的高质量 VR 新闻，还需要相关人员的共同努力。假以时日，该技术将成为新闻界不可缺少的重要组成部分。

3.VR 技术在新闻生产与传播中存在的问题

3. 1 缺少一定的真实性

由于 VR 的具有一定的交互性，因此在运用时人工能够对其产生一定的干预作用。因此，VR 新闻报道面临新的挑战，即新闻的真实性易受到一定的挑战。众所周知，真实是新闻的核心与生命，原原本本的将事件客观地报道出来是新闻工作者的本职。可是，VR 技术的原理是利用虚拟技术将现实与虚拟结合，虽然能让人感受到身临其境，也有一定的影像，但是它展现的环境并不是原始的，因此，这个环境易受外界的质疑，甚至有的人会认为新闻环境本身就是被创造出的，其场景本身就存在一定的虚假性。久而久之，人们便会怀疑自己所看到的 VR 新闻是否真实。因此，日后新闻的真实性便会成为人们的重点议题。

3. 2 成本较高

由于 VR 的新闻需要一定的技术作为支持，因此，制作 VR 新闻所需的成本较高。加之生产周期较长，目前很难对其进行大规模的制作。除此之外，VR 视频若需拍摄完成最短也需几周，稍微较长的也需花上好几个月才能完成。自新闻诞生以来，为使其经济价值与社会价值协调，常选取的方法便是在新闻中穿插广告，让新闻

的制造成本与广告间实现一定的平衡。然而，如何在 VR 新闻中采取该种商业模式，如何让受众接受确实是一个难题。以《纽约时报》为例，当其在 VR 视频加入四则广告时，广告的点击率较高。而且该种模式不仅让观众感受到广告中的精彩内容也能让受众喜爱此类新颖的广告模式。由于此种模式在前期的投入量较大，虽然广告商与媒体都能接受此种宣传模式，也能用广告的收入来弥补 VR 新闻生产的费用。[2] 但《纽约时报》本身就具有雄厚的财力，加之其的影响力较大，其他媒体一旦效仿成功率是非常低的。

3.3 题材选取较难

相关研究表明，画面感较强或视觉冲击力较强的报道更适合运用 VR 技术，因此对于一般情况，特别是动态新闻与抽象化较强的经济报道便不适合运用该技术。现今，在选取能将 VR 技术完美地运用于新闻报道中的题材时较为困难，仅仅适用于娱乐、体育赛事或现场复制性较难的新闻事件中。

3.4 缺少规范化体系

目前，国内的《人民日报》、搜狐、新浪等媒体上线的 VR 新闻大部分以 360 度全景视频为主，而国外的《纽约时报》在报道 VR 新闻时甚至采用直升机拍全景，观众在观看视频时只需一个智能手机或者利用 VR 眼镜即可。VR 视频的原型机在拍摄视频时根本不需要边框，所以其与传统视频的拍摄方式存在着较大的差异。由于拍摄的角度为 360 度，因此观众站在某个角度观看视频便成为拍摄者心中的谜。[3] 视频的脚本设计者在设计时具有故事性的视频时变得愈加困难，由于技术含量较低，推广人员便放弃了推广。

4. 如何将 VR 技术运用于新闻生产与传播

4.1 引入先进技术

为何说 VR 新闻的发展与高端路线密切相关呢？主要原因在于其成本过高。那么，如何降低成本呢？若想完成一个完整的 VR 报道，除了在前期分配采访队伍对视频材料进行收集外，还需利用无人机与全景摄像进行拍摄。后期的特效制作与效果展示上所花的费用远比传统新闻报道高，若想提升 VR 新闻的品质、提高生产效率，则需引入操作便捷、更具人性化、功能多样化的科学技术。作为新闻产品生产与传播领域的重要因素，科学技术所带的作用几乎接近完美。除此之外，从事新闻行业的人员也需主动学习与 VR 技术相关的技术，并将其更好地运用到新闻产品的生产与传播中。

4.2 选择适合行业标准的题材与内容

关于 VR 新闻行业所制定的相关标准，BBC 的专家在积累了许多 VR 新闻的制作经验与播出后观众对作品的反馈，提出了以下几点建议。（1）必须对内部进行测试。许多观众可能从未见过与 VR 相关的新闻，因此在新闻播出前需进行测试，并根据观众的意见与反馈进行反思。当然，在选择内测组时也需慎重，需找寻不同年龄阶段的人。（2）对风险进行监测。除了从道德与正义两方面对风险进行监控，还需对健康与安全方面的因素进行分析与控制。[4] 倘若记者忽视了观者的健康与安全，那么 VR 新闻的美好前景便会受到限制。未来的 VR 新闻行业除了需要积累一定的经验，在选取题材方面也需慎重，防止由于道德伦理问题而将 VR 新闻推向风浪口的现象出现。

4.3 尝试跨界相容

现阶段，“跨界”已成为当下盛行的元素。媒介传播也需要尝试跨界相融，国家领导人于 2017 年元旦通过《人民日报》的“两微一端”给全国人民拜年的形式吸引不少读者。[5] 加之各大自媒体上能够进行分享，微信与 QQ 等社交网站上处处可见。从最开始的纸媒到如今的互联网媒体，虽然《人民日报》与时俱进，但没有 VR 技术作为支撑，这样的传播奇迹是很难实现的。因此，当 VR 技术与新闻相融时也可将各种媒介载体进行跨界相融。

4.4 转变产品生产理念

现阶段，VR 仍然处于发展初期，为使 VR 新闻的内容与形式发展转变，提高 VR 与新闻间的融合度，需要利用 VR 技术的沉浸式模式对 VR 新闻进行改造。在传递新闻内容上的感官体验时需要对新闻的生产方式进行更新，并从新闻的各环节着手，设立多样化的 VR 技术，让 VR 新闻快速发展。为使 VR 技术更好地运用于 VR 新闻中，提高 VR 新闻的价值，需要深入认识 VR 技术的功能，准确地实现信息间的转换。

结语

综上所述，自 VR 技术运用于新闻生产与传播以来，将 VR 技术更好地运用于新闻生产与传播中，对新闻报道实现最大强度的创新，一直是许多新闻工作者奋斗的目标。为不断更新观众所能接受的新闻报道形式，使得观众在 VR 新闻中享有虚拟技术带来的视觉冲击。发挥 VR 技术在新闻生产与传播中的作用，使得虚拟现实技术趋于成熟，让其在众多自媒体发展的阶段占有一席之地，成为新时代媒体的重要组成部分，为我国科技发展带来更多的新产品与相应的专业人员。媒

参考文献

[1] 徐皞亮 . 媒介技术视野下 VR 新闻生产与传播的实践探究 [D]. 武汉：湖北大学，2017.
[2] 湛贵玲 . 大数据时代网络媒体的新闻生产与传播模式研究 [D]. 锦州：渤海大学，2017.
[3] 徐秦豫 . 新媒体时代基于用户制作内容的新闻生产与传播模式研究 [D] . 锦州：渤海大学，2018.
[4] 郭昱妍 . 大数据时代网络媒体的新闻生产与传播模式 [J]. 科技传播，2017，9（24）：136-137，140.
[5] 苗舒菊 . 大数据时代网络媒体的新闻生产与传播模式研究 [J]. 西部广播电视，2017（18）：50-51.

（作者单位：海南广播电视总台）